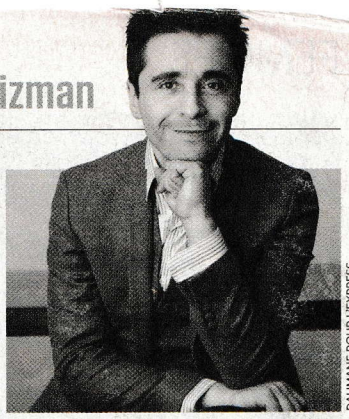
CHRONIQUE

Ariel Wizman



DAHMANE POUR L'EXPRESS

Ce que cache le tee-shirt de Mark Zuckerberg...

Libre à qui veut (les actionnaires d'Apple...) de considérer que ces douze mois sans Steve Jobs ont à peine suffi pour « faire le deuil » de cet immense « visionnaire ». L'anniversaire de sa disparition nous rappelle qu'il était une silhouette toujours identique, auto-uniformisée, régie par la charte graphique du jean (moche, d'ailleurs), du col roulé noir et des baskets New Balance. Cette même semaine, divers échos du Net ont montré son alter ego, Mark Zuckerberg, en divers endroits du monde, toujours vêtu du même tee-shirt. Non pas un tee-shirt similaire, mais le même, obstinément, religieusement, indéfiniment. « Je porte la même chose tous les jours, littéralement. C'est comme si vous pouviez voir tout mon dressing en une fois », aurait même déclaré le patron de Facebook. Des articles mentionnent l'achat, par paquets de 20, de cet attribut sans charme ni personnalité. Et l'on ne peine pas à trouver qu'il y a dans cette permanence obsessionnelle un trait de caractère commun à beaucoup de riches et de puissants. De Barack Obama aux présentateurs télé abonnés au blanc et noir, en passant par les designers de mode eux-mêmes, tels Karl Lagerfeld ou Michael Kors, l'abonnement à la tenue unique est un signe des temps. On peut penser que le confort en est la première raison, la confiance en soi et l'habitude d'autres explications, mais il est évident aussi qu'une identité graphique est une valeur précieuse dans notre société du paraître, une sorte de marque, de marketing de la cohérence. Le fait, en plus, de montrer que l'on ne prend de décisions que sur les choses « importantes » accroît d'autant l'impression de contrôler son univers.

M. SHEMETOV/REUTERS

La tenue unique du patron de Facebook ou l'art du camouflage...

Il y a chez les vrais créateurs une récente aspiration à la discrétion

Si l'on va plus loin, on peut diagnostiquer une tendance paranoïaque chez qui a pris une telle habitude. Une sorte de rétrécissement, de réduction anxieuse. Ne jamais montrer le moindre aspect contestable, se figer dans un minimalisme impersonnel est aussi la conséquence d'une inhibition grandissante chez ceux qui créent ou se rendent visibles. La multiplication des vecteurs de critique et de haine, via le Web et les réseaux, donne envie de ne plus offrir de prise, de ne plus déranger, de n'exister qu'à travers des produits et non comme personne. Evoquez Hugo Chavez, le mariage gay, le FN, Eric Zemmour ou Audrey Pulvar, et vous vous retrouverez malgré vous « affiché », adulé ou conspué, avec une violence disproportionnée dans un débat démocratique. Alors, celui qui veut s'exprimer, même dans une langue mesurée, se tait. Cela n'a rien d'anecdotique : l'autocensure des journalistes devient l'autocensure des citoyens, surtout quand leur notoriété les rend « repérables ». Nombreux sont ceux qui prient pour qu'un jour le réseau ne leur renvoie plus un seul résultat lorsqu'ils inscriront leur nom dans une fenêtre Google.

Cette aspiration à la discrétion des vrais créateurs, revers de l'aspiration à la célébrité du tout-venant sans talent, est une véritable mutation, une entrée dans l'armée ou dans les ordres. Que la notoriété devienne une malédiction dont le seul exorcisme soit l'adoption d'un uniforme, cela dit bien que les bruits de bottes ne sont pas réservés aux pays lointains. Il y a guerre dans les ordinateurs, guerre de tous contre chacun, sans retraite possible. Peut-être Mark Zuckerberg ferait-il un bond en avant s'il jetait son tee-shirt gris, sa tenue de camouflage, emblème de la fin de toute prise de risque et de l'angoisse de se sentir, toujours, surveillé et jugé ? ●